

首次将绿色驾驶方式和低碳生活理念带入校园

奥迪绿色驾驶·菁英训练营走进天大

科技日报 (记者姜靖) 11月10日,“2013一汽-大众奥迪绿色驾驶·菁英训练营暨校园科技日”活动第四站在天津大学举办。本次活动创新性地将奥迪“绿色驾驶·菁英训练营”与“校园科技日”两大公益平台结合起来,首次将奥迪绿色驾驶方式和奥迪低碳生活理念带入校园,在向同学们传递低碳生活理念和态度、传授绿色驾驶经验的同时,还帮助同学们了解、熟悉绿色科技和中国汽车产业的发展状况。

本次活动以“启迪未来的力量”为主题,通过举办首届奥迪“绿色力量”创意大赛,以及对高校前沿科研项目的鼎力资助,激发广大学生的创新能力,助力科技人才培养。首届奥迪“绿色力量”创意大赛校级总冠军及个人全能奖获得者也将于2013年12月诞生。

在奥迪“绿色力量”创意大赛天津大学站颁奖仪式后,还开展了校园科技日等一系列精彩纷呈的科技主题活动,与会嘉宾和学生代表试驾了奥迪 hybrid 混合动力车型。此次,天津大学的“天之道节能车”项目,以对系统性降低整车能耗广泛而深入的探索,获得了一汽-大众奥迪的支持与资助。

据介绍,“天之道节能车”项目综合考虑车辆工程中影响能耗的诸多因素,对车身、动力和传动等方面进行系统优化和创新设计,涉及结构学、材料学、流体力学与热能动力学等多领域、多学科的前沿科技。“天之道节能车”项目取得的成果,未来可广泛应用于都市节能汽车的设计开发。

一汽-大众奥迪一直致力于打造和培养国家汽车产业所需的实践型、创新型、复合型人才,建立从企业到学校再到研究机构的“全价值链”人才培养体系。一汽-大众奥迪希望借助这种方式,为绿色环保科技的研发和未来人才的培养贡献一己之力。“2013一汽-大众奥迪绿色驾驶·菁英训练营暨校园科技日”已经走过同济大学、上海交通大学、浙江大学和天津大学。而最终的校级冠军及个人全能奖获得者将在12月由5位资深专家及媒体共同在4所高校的12个一等奖获奖项目中进行评选。



行业动态

“吉利GX7海岸之旅”抵达天津



科技日报 (李萍) 11月10日,“大有可为——吉利GX7海岸之旅”抵达天津。18000多公里的海岸线,展示出吉利GX7是一款安全、强劲力的车型。

据了解,“吉利GX7海岸之旅暨《中国小微企业生存与发展调查》活动”历时40余天,吉利汽车携手用户、全国媒体,沿中国1.8万公里海岸线前行,途经10个省、市、自治区和数十个沿海城市,探寻各地风土人情、海洋文化和商业文化,寻访走在创业路上的小微企业,了解他们的生存状态。

作为吉利的第一款SUV,吉利GX7的整车造型运用了大量的刚硬线条,将SUV硬朗的一面展示得非常充分。沿途路过上海、苏州、南京时,GX7车队总会引来大量路人的目光。记者与其中几位前来询问的路人交谈,他们对GX7造型的评价普遍是“漂亮”、“耐看”等一系列褒义词。

吉利集团副总裁、销售公司总经理孙晓东先生表示,吉利已认识到,仅仅把大量精力放在提升产品力方面,已经无法在市场竞争中取得主动,还要加强、加速企业形象、品牌形象的建设,企业应当主动了解用户的内心需求,更主动地引导用户、为用户服务,进而推动企业品牌形象的提升,实现企业与用户的共同成长。

平安百万车主信用卡将升级

科技日报 (刘伟) 平安银行宣布,近期将向其近百万银联车主卡客户提供全新的芯片卡升级服务,同时卡片附含的各项权益也相应升级。据悉,这也是业内首张车主芯片信用卡。

在此次升级活动中,平安银行将向车主客户提供安全程度更高的芯片卡,以替换原有的磁条卡。芯片银行卡是以芯片作为介质的银行卡,相对于传统磁条卡来说,芯片卡具有更高的安全性能。芯片卡因其高安全性和多功能应用已成为全球银行卡的发展趋势。平安银行人士表示,此次车主卡的升级,不仅仅是卡片安全性的升级,更是持卡人权益体系的更新换代。在车辆的安全保障上,平安车主信用卡配置有豪华保障权益——全车人员意外险。如果是持卡人本人驾驶,可享最高50万元驾驶员意外险保障;同车人员可享最高10万元/人意外险保障;车上成员(含驾驶员)均可享最高4000元/人事故医疗保障。

昆仑润滑油助力节能减排

科技日报 (张楠) 为了有效降低排放污染,昆仑润滑油在轿车用SM级别的机油采用了国际先进的复合剂配方技术,具有超强的分散性,能有效减缓及清除缸壁上及活塞上的沉积物,抑制高温油泥和积碳生成,保持高标准的引擎清洁度,让汽油在燃烧室内燃烧更充分;增强了抗摩擦性和润滑性,使车辆燃料经济性更好,达到降低油耗的目的,从而减少汽车的污染和碳排放。

新能源汽车的开发领域,昆仑润滑油积极研发为新能源汽车匹配机油和车辅产品。在前不久亮相于“中国·中国行”2013年十佳发动机评选活动中的江淮灵活动力汽车,其发动机可以应用0-100%汽油以及纯乙醇,这种灵活燃料汽车由于其燃烧值、残余物、高温剪切粘度需求、泡沫性等等技术指数都与传统发动机有较大不同,因此以往的润滑油无法满足其内部清洁和润滑的需求。为此,昆仑润滑油与江淮汽车进行了战略合作,组建研发团队,在短时间内研发出了适用于灵活燃料的新的润滑油配方。为这项新能源技术的普及铺平了道路。

东风悦达起亚智跑十月销量7774台



科技日报 (丽香) 东风悦达起亚智跑10月完成销量7774台。智跑出自世界三大设计师之一的彼得·希瑞尔之手,高大帅气的体格和流畅动感的设计一举斩获了包括IF、红点及由著名的德国设计委员会颁发的最佳设计等多项国际顶尖设计大奖。搭载起亚领先的Nu2.0发动机,智跑的最大功率可达165Ps/6500rpm,最大扭矩可达199Nm/4500rpm。这款基于轻量化和能效性而研发的动力系统还拥有良好的燃油经济性。据官方提供的数据显示,智跑每百公里综合油耗约在8.1L左右,对消费者很有吸引力。

行业观察

汽车租赁业抢食390亿市场蛋糕

□ 王丽歌

“11元租宝马,奔驰,不抢不行!”这是神州租车最新的广告词。以“双11”为营销节点,神州租车日前推出“全车型11元,狂欢光棍节”活动,11元/天的租赁价格创下汽车租赁业新低。受此影响,和谐租车等汽车租赁公司相继跟进,推出各自低价营销活动。

神州租车异乎寻常的低价折扣折射出中国汽车租赁业的现状:蛋糕庞大诱人,但市场十分分散;排名靠前的公司对于市场没有绝对掌控力,不得不选择低价策略扩大规模,再谋求利润的商业模式。

一线城市交通不断恶化,包括上海、北京、广州等在内的地方政府已经推出了汽车限购政策,未来可能

会有更多的城市加入到汽车限购行列之中。基于此认识,一嗨租车副总裁蔡礼洪认为:“未来几年,租车将可能成为中国人新的生活方式。”

罗兰贝格的一份研究报告称,中国的汽车租赁市场将从2010年的170亿元增长到2015年的390亿元。2010年,中国汽车租赁市场渗透率只有0.4%,远低于像美国、日本这样的成熟市场。

蔡礼洪表示,一嗨租车2012年收入几乎翻了一番,车队规模也迅速扩大。一嗨租车创立于2006年,拥有约1.3万辆汽车,是国内第二大汽车租赁公司。神州租车董事长陆正耀也称公司客户数量保持旺盛增

长,在未来10至15年,内地将有7000万不想买车的驾照持有者,租车将成为他们重点考虑的出行方式。他说:“在未来几年内,我预计中国汽车租赁市场从车辆规模上将超过美国。”

随着神州租车、一嗨租车等本土创业型公司的崛起,境外资本也纷纷来华淘金。2012年,神州租车获得美国华平投资集团2亿美元投资,这是迄今为止国内租车行业引进的最大单笔股权投资,该融资额也超过了神州租车之前IPO计划最高融资额。同年,一嗨租车获得全球最大的汽车租赁公司美国企业号投资,后者注入数千万美元换取了一嗨

租车15%的股权。此后不久,京东商城在2012年7月正式上线租车业务,首批已开通北京、上海、广州和深圳四个城市共12个区的租车服务,其合作伙伴为一嗨租车。

值得一提的是,由于汽车租赁业进入门槛较低,中国当前约有1万家汽车租赁公司,前五大公司只占到约9%的市场份额,市场集中度低。而在美国,前五大公司却占到95%以上的市场份额。陆正耀认为,大型汽车租赁公司必须保持积极扩张策略,收拢市场份额。而在稳定市场格局形成之前,汽车租赁业的战火将不会停歇。

舒适和安全成采购关键词

东风风行CM7打造亲民公务车



科技日报 (张琳) 在目前的公务用车领域,90%的市场份额属于合资品牌,尤其中高级官员的公务用车更是被国外高端品牌垄断。伴随着一系列国家公务用车采购新政策的出台,原有的公务用车市场格局有望被打破,价格亲民的自主品牌将成为公务用车市场的主体。除价格之外,公务用车也对品质提出了高要求,需要自主品牌在研发设计、生产制造等方面练好内功。这为新一代公务车东风风行CM7等提供了广阔的发展空间。

舒适和安全是公务用车采购的关键词。随着政府工作人员的公务出行日渐增多,驾乘舒适的车型更符合市场需求;而安全则是政府用户不可忽视的购车要素,特别是对于一些经常外出办公的部门,他们要经常

前往环境严酷、路况复杂的地区,对车辆安全性能的要求就更高。

作为全新一代公务车,CM7定位“首席公务舱”,致力于为公务出行提供宽敞舒适的享受。它车身宽达1.92米,轴距长3.2米,营造出一个或移动办公或放松身心的全能空间。其第二排座椅采用了总裁级豪华电动座椅,带有电动调节靠背及腿托,配合窗中窗等人性化设计,舒适性达到飞机头等舱的专业水准。为驾乘者提供了更舒适、更愉悦的出行感受,重新定义了高端公务车的舒适标准。

CM7还大量采用980兆帕级别的高强度钢材,结合先进的结构设计,提升了车体的刚性和抗扭能力,除了必

备的安全气囊、ABS+EBD之外,还配备了包含14项安全功能的最新ESP系统,配合360度全景环视系统(AVM),为公务出行提供了专业的安全保障。此外,它搭载2.4L三菱4G69MPI环保高效发动机,有效实现了动力性和燃油经济性的完美平衡,符合低碳办公的趋势。

CM7的推出,是东风风行开拓高端多功能公务用车细分市场的重要战略。业内人士分析,在国家公务用车采购新政策频繁出台及公务用车市场转型的大背景下,CM7的推出对东风风行来说,可谓“正当时”。产品推出后,将有效填补东风风行在15-20万元高端多功能公务用车市场空白,并有助于进一步巩固东风风行“MPV制造专家”的企业形象。

奥威发动机:一汽锡柴重要筹码

科技日报 (柯弦) 11月9日,一汽解放汽车有限公司无锡柴油机厂(以下简称“一汽锡柴”)召开2013年全国企业文化示范基地(一汽解放锡柴)现场会。一汽锡柴凭借其先进企业文化,获评“全国企业文化示范基地”。同时,以此为契机,一汽锡柴还发布了其“鹰文化”要素品牌。一汽锡柴旗下的奥威品牌发动机,凭借其“科技领先、强力低耗”的特征,很好地诠释了“鹰”文化特征。

在锡柴“鹰”文化体系中,学习文化、创新文化以鹰之“搏”来表述。从某种意义上而言,一汽锡柴奥威发动机就是学习与创新的产物,从它的诞生到成长为中

国高端动力的杰出典范的整个过程中,都深深的打下了一汽锡柴学习文化、创新文化的烙印。

在技术上,从早年奥威发动机的大胆学习,引进国际内燃机权威机构奥地利AVL全面合作的同时,系统学习发动机研发的全套流程,到后来的顺势创新,在学习的基础上完全实现自主,拥有国内第一台四气门发动机的自主知识产权,以及后来旗帜鲜明地对标“三斯”(康明斯、道依茨和珀金斯),奥威品牌始终秉承着一汽锡柴勇于学习、善于创新的文化基因,而正是这些文化基因,为一汽锡柴奥威的腾飞打下固若磐石的基础。

在硬件体系上,一汽锡柴借鉴国内外先进同行的

经验,斥巨资打造惠山重型柴油机生产基地,用世界顶级硬件设施保障奥威发动机世界级的品质;在管理体系上,一汽锡柴借鉴丰田,自主创新,为奥威的研发、生产过程创造出了一条富有锡柴特色的精益化管理路子。通过软硬件等方面不断的学习、创新,一汽锡柴在体系上为奥威发动机提供了最根本的保障。

在锡柴的“鹰文化”体系中,用鹰之“韧”来表述锡柴的执行文化。作为一个重型发动机品牌,奥威品牌旗下涵盖了L、M、N三大产品系列,排量覆盖8到13升,以其卓越的品质和强劲的性能,站在了中国重型发动机金字塔的顶端。其中,奥威N系列产品,是国内排量功率最

大的重型柴油机产品。凭借着其强悍动力,奥威发动机赢得了“多拉快跑的赚钱机器”的名声。

奥威发动机,同样是锡柴和谐文化的重要载体,它的卓越品质、杰出性能,为一汽锡柴企业自身、经销商、用户创造了丰厚的价值,实现了多方利益的共赢,构建了和谐共赢的关系;同时,奥威发动机凭借着它的绿色低碳、节能降耗等特征,创造出人与自然和谐共生的和合共生之境。

“我们不仅要解决生存,更重要的是要实现持续发展。要超前谋划,面向未来,加快创新,使我们的企业持续、健康、稳定地发展。”一汽锡柴党委书记蔡真法说。

振华重工下水800吨级中国最大风电安装平台

科技日报 (宗敏) 近日,由振华重工自主设计、建造的国内最大风电安装平台“龙源振华2号”800吨自升式风电安装平台成功下水。作为公司建造的2艘海上风电安装工程船,该平台在设计、建造和作业效率上迈入国际一流,对国内风电能源开发具有重大的装备支撑作用。

此次下水自10月14日凌晨5点半开始,10月20日在常熟锚地成功下水,并于当天下午1点拖轮返航,共历时7天。此前公司“振海1号”钻井平台的成功下水,为此次下水奠定了坚实的技术基础,提高了下水效率,下水指挥团队仅用2.5小时就完成了风电平台的装船,比原计划提前了3小时。

“龙源振华2号”是公司在风电新能源装备领域的

又一突破,该平台集风机运输、吊装、打桩、安装于一体,具有800吨的全回转起重能力,最深可对水下30米进行作业,率先采用先进的单管桩施工工艺,7天时间可安装1台风机,遥遥领先目前国内平均30天的安装周期。同时,凭借其配备的先进打桩装备和吨吨起重能力,最大可安装6兆瓦大功率风机,具有广阔的市场前景。

我国风电开发起步较晚,风电管桩安装工艺长期落后,以多管桩、高桩承台施工为主,而有着明显作业效率优势的单管桩施工却备受冷落,究其原因在于专业安装设备的缺乏。“龙源振华2号”打破了国外技术垄断,其甲板核心设备(全回转吊机、抬升系统、桩腿、液压抱桩器等)全部由公司设计、建造,并具有完全自主知识产权。其中,公司国内首创的双层液压抱桩器,已成功运用在其

建造的“龙源振华1号”风电安装船上,并在国家首个海上(潮间带)示范风电项目中成功打下49根风电管桩,最高创下千分之0.12的打桩精度,远远高于国际千分之6的标准。在此基础上,公司研发团队还根据海上作业环境,开发出适用于“龙源振华2号”的第二代液压抱桩器,在抱桩方式和打桩精度上进行了技术完善与性能提升。

近年来,公司将能源与环保作为公司重点培育的市场之一,通过投资入股等方式,加快对风电等新能源业务的开拓力度。此次“龙源振华2号”的用户,正是公司与中国国电集团下属的风电专业运营公司——龙源电力成立的龙源振华海洋工程公司,该公司实现了公司的制造和龙源电力的风电运营优势强强联合,有力助推了我国风电事业的发展。

公司成立后未出现一个亏损项目

“三色预警”把好效益关

科技日报 (陈锋) 近年来,中铁四局电气化公司电务分公司在工程管理过程中,探索责任成本预算管理新办法,实行“红橙黄三色预警”机制,前移监督关口,为项目控制责任成本提供了有力保障。

电务分公司是具有生产营销一体化职能的区域分公司,现有在建施工项目10个,合同总造价约5.5亿元,分布于安徽、江苏两省7个地区,管理难度大。分公司推出的“三色预警”制度,可以实时监控项目效益情况。

分公司成立了预算管理委员会,各工程项目部在每季度结束后5天内对上季度的预算执行情况、存在的问题、问题责任界定、拟采取的措施等进行分析后报送预算委员会。委员会根据报告进行分析,当实际结果与计划有较大偏差时,将分别下达预警通知书。“红色”表示项目出现严重超支情况,“橙色”表示项目预算支出增长比例超过20%，“黄色”表示项目预算支出增长比例超过5%。“三色预警”工作机制将项目责任成本预算管理由静

态转向动态,由粗放化变为精细化,将被动转为主动,当项目出现预警信号时,分公司便将该项目纳入重点管控范围,责任预算管理委员会到项目现场办公,梳理问题,帮助整改。今年前三季度,分公司发出效益红色预警5份,橙色预警5份,4个项目扭亏,4个项目减亏。

“三色预警”机制的全面实施,确保了电务分公司各在建项目成本支出始终处于可控状态。据统计,自2009年4月分公司成立以来,未出现一个亏损项目。

锦州工务段关心职工生活冷暖

科技日报 (王东) 近日,锦州工务段工会领导走访6名家住平房的特困职工,每户送去价值1000元的取暖煤,解决了困难职工过冬的实际问题。

这个段入冬前筹措资金100多万元,为东沟门等7个车间班组房屋更换了钢板彩瓦,安装了外墙保温板,改装了暖气。为56个车间班组,43处看守道口房的暖气进行了全面检修。工会自筹资金10多万元,为改造后的车间班组安装了浴霸,配备了厨房用具、平板电视、更衣柜、床单被罩等生活用品。

沈阳车辆段为冬运客车披上“防寒衣”

科技日报 (张伟 毕昆) 沈阳车辆段为确保冬运期间进入高寒地区的旅客列车达到“保暖、舒适、优质”的标准,大力开展客车防寒整备,为广大旅客出行提供温暖、舒适的乘车环境。

这个段对配属客车进行全面整备,重点对采暖装置、电热水箱、配电柜及电伴热系统等进行检查整修,对车门、车窗实施隔风防寒,冷水管路包扎防寒套管,通风器加装防寒阻燃帽,加装制动缸密封罩,风挡连接处安装风挡软胶囊,保证防寒设备整备到位,质量可靠。